



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PUBLICIS GROUPE MEDIA NOMMÉ ORGANISATION MEDIA MONDIALE LA PLUS CRÉATIVE PAR LE GUNN REPORT FOR MEDIA

Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia au coude à coude au sommet ; Hewlett Packard est l'Annonceur de l'Année et « Virtual History » de HP, la Campagne Media de l'Année

France, novembre 2005 – Dans son second rapport sur le secteur des agences media, le Gunn Report for Media, indicateur mondial de la créativité media, a distingué Publicis Groupe Media comme l'Organisation media mondiale la plus créative du monde. Ce rapport, qui a passé en revue plusieurs catégories – agence media la plus créative, réseau media, annonceur et campagne media – a également distingué Hewlett Packard, client de ZenithOptimedia, comme Annonceur de l'Année, avec en particulier la campagne « Virtual History » de HP comme Campagne Media de l'Année.

« Publicis Groupe Media, qui regroupe Starcom MediaVest et ZenithOptimedia sous une direction unique, s'est imposé comme l'organisation media la plus innovante du monde », a déclaré Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe. « Les conclusions du Gunn Report for Media le reconnaissent sans ambiguïté et cette nouvelle nous ravit ».

Deuxième derrière OMD avec 160 points, **Starcom MediaVest Group** a totalisé 150 points, devançant **ZenithOptimedia** avec 95 points. SMG a été le troisième réseau le plus primé à Cannes. Son agence américaine a également été la grande lauréate aux Effies, aux États-Unis, et elle a par ailleurs remporté deux Clios. Starcom s'est vue décernée le Grand Prix pour son client Malaysia Airlines MAS KL Monorail Train & Column Sponsorship lors des Malaysian Media Awards. L'agence a également enregistré des succès en Amérique Latine, avec deux prix lors de la FIAP (l'or pour Ariel et le bronze pour Fiat) ainsi que parmi les nouveaux pays ayant adhéré à l'Union Européenne l'an dernier.

ZenithOptimedia s'est classée troisième, en particulier grâce à son agence phare de Londres, qui a orchestré la campagne « Virtual History » pour Hewlett Packard. « Hype Gallery » (pour Hewlett Packard) en France compte également parmi les campagnes les plus récompensées. ZenithOptimedia a aussi remporté deux Effies aux États-Unis et est bien classée au Canada, en Espagne et dans d'autres pays.

Ensemble, SMG et ZenithOptimedia ont apporté 247 points à l'organisation, soit 40 points de plus que le second au classement.



Annonceur de l'année : Hewlett Packard

Alors que les annonceurs reconnaissent de plus en plus l'importance de la créativité dans les media, certains d'entre eux se détachent du peloton et imposent la cadence pour l'avenir. En 2005, cinq annonceurs ont été particulièrement remarquables pour leur créativité : **Hewlett Packard, Nike, Adidas, Ford** et **General Motors**. C'est Hewlett Packard qui a comptabilisé le plus grand nombre de points – 30 – en remportant deux campagnes, « Virtual History » (Royaume-Uni) et « Hype Gallery » (France).

« Le Gunn Report for Media a combiné les listes des lauréats des principales compétitions du monde pour établir les classements annuels et mondiaux de l'industrie du marketing », explique Isabelle Musnik, auteur du Gunn Report for Media. « L'objectif de cette publication est de sensibiliser l'industrie du marketing, d'attirer l'attention du monde sur l'innovation et les succès dans les media et, à terme, d'encourager la création de produits media de meilleure qualité dans le monde entier. L'avenir du secteur réside dans la force d'innovation et de sa créativité. Les 50 compétitions intégrées au rapport de cette année témoignent de cette vérité irréfutable ».

Pour promouvoir le Gunn Report for Media, son auteur a sollicité le parrainage du géant des annonceurs Procter & Gamble. *« Il est devenu évident que les moyens de communication que nous utilisons pour établir le contact avec nos clients sont aussi importants que le contenu créatif que nous leur proposons. Les consommateurs maîtrisent mieux leur consommation de media, dans un contexte de surenchère de contenu et de messages à leur intention ; il est désormais plus difficile de les toucher »,* déclare Bernhard Glock, responsable P&G de Global Media and Communication.

« Le fait que de nombreux prix considèrent les media comme une catégorie digne d'être évaluée et reconnue témoigne de leur importance dans le secteur marketing », selon Jack Klues, Président de Publicis Groupe Media. *« Bien entendu, le meilleur travail est celui qui allie message et support et qui réussit la synthèse du contenu avec le contact ».*

###

Starcom MediaVest Group est un groupe de media offrant une palette complète de services (www.smggroup.com). SMG se classe parmi les plus grands groupes de communication au monde employant plus de 4 800 personnes (« architectes »). Le réseau SMG, avec 110 bureaux dans 76 pays, fournit des solutions complètes à de nombreuses entreprises et marques de renommée mondiale. En complément avec les sociétés Starcom, MediaVest et d'autres marques régionales, SMG possède des unités de service media diversifiées pour répondre à l'évolution constante de l'environnement, parmi lesquelles Relay Sports et Event Marketing, SMG Directory Marketing, Halogen Direct, Tapestry (multiculturelle) et SMG Entertainment.



ZenithOptimedia est l'un des leaders mondiaux dans le conseil et achat media avec 4 000 collaborateurs au sein de 170 bureaux dans 59 pays. ZenithOptimedia a développé une approche client très orientée sur son engagement et sa capacité à leur offrir le meilleur retour sur investissement, incarné par la mise en œuvre d'une stratégie spécifique : The ROI Blueprint. Chaque étape de son déploiement s'appuie sur une démarche propriétaire ZOOM (ZenithOptimedia Optimisation of Media), qui apporte les ancrages indispensables pour son application et son succès.

Enfin, ZenithOptimedia Village rassemble un ensemble d'activités de communication complémentaires destinées à renforcer les liens entre les marques et leurs consommateurs.

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 - NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication et le leader mondial de conseil et achat média, avec une présence dans 104 pays sur les 5 continents.

Le Groupe opère à la fois dans la **publicité**, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Leo Burnett, Publicis, Saatchi & Saatchi ; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; dans le **conseil et l'achat d'espace** à travers deux réseaux mondiaux : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group : et dans les marketing services et la **communication spécialisée** (marketing relationnel, relations publiques, événementiel, communication corporate et financière, communication ethnique, communication santé...).

Sites internet : www.publicis.com et www.finance.publicis.com

Contact à Publicis Groupe:

Eve Magnant, Corporate Communications

+33 1 4443 7025

Contact à Starcom MediaVest Group:

Cheri Carpenter, Corporate Communications

+1312.220.6218

Contact à ZenithOptimedia:

Wendy Francis

+44 (0) 20 7961 1024